

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Les droits intellectuels

Dusollier, Séverine

Published in:
Journal de droit européen

Publication date:
2008

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Dusollier, S 2008, 'Les droits intellectuels: décembre 2006-novembre 2007', *Journal de droit européen*, Numéro 146, p. 50-55.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

CHRONIQUE - JDE N° 146 - 2/2008 - p. 50 - 15/02/2008

Les droits intellectuels (décembre 2006 - novembre 2007)

LE LÉGISLATEUR ET LE JUGE COMMUNAUTAIRES accordent une attention croissante à la propriété intellectuelle. A côté des droits nationaux et souvent entremêlé à ceux-ci, s'est développé un véritable droit européen du droit d'auteur, des marques, du brevet et des autres droits intellectuels. Le Journal de droit européen inaugure ici une nouvelle chronique relative à ces droits de propriété intellectuelle.

Introduction

Les droits intellectuels occupent une place croissante en droit européen, tant sur le plan législatif que jurisprudentiel. C'est bien évidemment le droit des marques qui se taille la part du lion dans la jurisprudence européenne, en raison du succès de la marque communautaire et du rôle qu'y jouent le Tribunal de première instance et la Cour de justice des Communautés européennes. Plus d'une centaine de décisions sont prononcées chaque année par ces deux instances sur le droit des marques. Les autres droits intellectuels, s'ils fréquentent moins les prétoires communautaires, ont néanmoins fait l'objet de toutes les attentions du législateur ces dernières années.

Cette profusion législative et jurisprudentielle explique que la présente chronique, même limitée à l'année qui vient de s'écouler, ne puisse en donner qu'un aperçu forcément parcellaire, tout en se concentrant sur les événements les plus importants qui participent à la construction, déjà fort élaborée, d'un véritable droit européen de la propriété intellectuelle.

Généralités

A. — La protection des droits intellectuels par les droits fondamentaux

La Commission et la Cour européenne des droits de l'homme avaient déjà reconnu par le passé que les droits intellectuels sont couverts par la protection du droit au respect des biens conférée par l'article 1^{er} du protocole additionnel à la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales [1]. La Cour confirme cette jurisprudence et l'étend à la simple demande d'enregistrement d'une marque [2].

Une telle demande, selon la Cour de Strasbourg, permet à son titulaire de faire valoir des intérêts à contenu patrimonial, même si l'enregistrement ne devient définitif que si la marque demandée répond aux conditions de validité requises et notamment, ne porte pas atteinte à des droits antérieurs (ce qui était le cas en l'espèce, en raison d'un conflit entre la marque et une appellation d'origine). La société ayant procédé à l'enregistrement d'une marque est « titulaire d'un ensemble de droits patrimoniaux — attachés à sa demande d'enregistrement d'une marque de commerce — reconnus en droit portugais bien que révocables sous certaines conditions » [3], ce qui suffit pour y appliquer l'article 1^{er} du protocole, sans devoir rechercher si la requérante peut se prévaloir d'une « espérance légitime ». En l'espèce, aucune ingérence n'a pu être reprochée à l'Etat portugais, le juge ayant refusé la marque sur la base d'une interprétation souveraine du droit en vigueur.

B. — Epuisement des droits intellectuels

Sur une question préjudicielle d'une juridiction *allemande*, la Cour de justice des Communautés européennes a clairement énoncé que le principe d'épuisement figurant à l'article 4 de la directive 2001/29 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information, tranchait pour une règle d'épuisement européen et ne permettait pas aux Etats membres de prévoir une règle d'épuisement international pour les œuvres et

autres objets protégés par le droit d'auteur et les droits voisins [4]. La Cour s'aligne de la sorte, pour la propriété littéraire et artistique, sur le principe d'un épuisement communautaire qu'elle avait déjà dégagé en matière de marques [5].

Une jurisprudence désormais bien établie empêche le titulaire d'un droit de marque d'interdire le reconditionnement de produits dont la commercialisation est autorisée en vertu du principe d'épuisement du droit intellectuel, s'il est établi que ce refus contribuerait à cloisonner artificiellement les marchés entre Etats membres [6], en d'autres termes, si ce reconditionnement est nécessaire pour obtenir un accès effectif au marché pour ces produits [7]. Outre cette première condition, il doit être démontré que le reconditionnement n'affecte pas l'état originaire du produit contenu dans l'emballage, que l'auteur du reconditionnement et le nom du fabricant sont clairement indiqués sur le nouvel emballage, que la présentation du produit ne nuit pas à la réputation de la marque et que l'importateur a averti le titulaire de la marque préalablement à la mise en vente du produit reconditionné [8].

La Cour de justice a récemment précisé la portée de sa jurisprudence [9]. Ainsi, les conditions que l'importateur parallèle doit satisfaire s'appliquent également lorsque le reconditionnement consiste en l'apposition d'une étiquette sur l'emballage d'origine [10]. Quant à la nécessité requise, elle vise uniquement le fait du reconditionnement et non pas la manière ou le style selon lesquels celui-ci est réalisé [11]. L'atteinte à la réputation de la marque ne se limite pas aux cas dans lesquels le reconditionnement est défectueux, de mauvaise qualité ou de caractère brouillon [12] mais peut relever d'autres circonstances dont l'appréciation est une question de fait soumise au juge national [13]. Enfin, la charge de la preuve des conditions que doit remplir le nouveau conditionnement pèse sur l'importateur parallèle qui peut toutefois, s'agissant des conditions d'absence d'atteinte à l'état originaire des produits ou à la réputation de la marque, se contenter d'apporter des éléments de preuve de nature à faire raisonnablement présumer que ces conditions sont remplies [14].

C. — Droits intellectuels et abus de position dominante

L'affaire *Microsoft* marquera bien entendu l'année 2007 et le droit de la concurrence. Le Tribunal de première instance a confirmé la décision de la Commission à l'encontre de l'entreprise américaine pour abus de position dominante, ainsi que l'amende de près de 500 millions EUR [15]. Le premier abus reproché était basé sur le refus de Microsoft de fournir les informations sur les systèmes d'exploitation Windows permettant à des concurrents de rendre interopérables leurs produits, et plus particulièrement les serveurs pour groupes de travail. La Commission avait principalement considéré qu'un tel refus de licence était abusif au motif que le manque d'interopérabilité pour ces produits informatiques constituait une entrave à l'innovation, comportait un risque d'élimination de la concurrence sur le marché et que ce comportement impliquait une rupture avec les niveaux de fourniture antérieurs [16].

De la sorte, la Commission semblait s'écarter des critères caractérisant l'abus dans le refus de licence d'un droit de propriété intellectuelle dégagés dans les affaires *Magill* [17] et *IMS* [18]. Le Tribunal va habilement relire la décision de la Commission et les critères qui y sont appliqués dans le cadre des circonstances exceptionnelles classiquement utilisées, replaçant dès lors l'analyse de la Commission dans la ligne de la jurisprudence *Magill*. Dans le même temps, la décision tranche en faveur du caractère non exhaustif des critères *Magill* et *IMS*. Les circonstances exceptionnelles qui permettent de qualifier d'abusif un refus de licence sont donc *notamment* : le fait que le refus porte sur un produit ou un service indispensable pour l'exercice d'une activité donnée sur un marché voisin; le fait que le refus est de nature à exclure toute concurrence effective sur ce marché voisin; et, lorsque l'objet de la licence porte sur un droit de propriété intellectuelle, le fait que le refus fait obstacle à l'apparition d'un produit nouveau pour lequel il existe une demande potentielle des consommateurs [19]. S'y ajoute le fait que le refus de licence n'est pas objectivement justifié.

Droit d'auteur et droits voisins

L'objectif poursuivi par les directives récentes en matière de droit d'auteur et de droits voisins est, selon la Cour de justice, d'instaurer un niveau de protection élevé en faveur des auteurs et titulaires de droits voisins, permettant à ceux-ci d'obtenir une rémunération appropriée pour l'utilisation de leurs œuvres et prestations [20]. Cet objectif apparaît dans une décision condamnant l'Irlande pour manquement à la directive 92/100/CEE sur le droit de location et de prêt au motif que l'Irlande exemptait la quasi-totalité des établissements concernés de la rémunération normalement due pour le prêt public. Les raisons de politique culturelle invoquées par l'Irlande ne peuvent, selon la Cour, outrepasser l'objectif spécifique de la directive constitué par la protection des titulaires de droits [21].

On retrouve l'énoncé de cet objectif dans un arrêt du 7 décembre 2006 relatif à la notion de droit de communication au public, visé par la directive 2001/29 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information [22]. La question posée à la cour concernait la qualification en droit de communication de la distribution d'un signal par un hôtelier à sa clientèle au moyen d'appareils de télévision installés dans les chambres de l'hôtel.

S'agissant du caractère public de la communication, la Cour retient différents critères : le nombre indéterminé de téléspectateurs potentiels, la succession rapide dans les chambres de l'hôtel d'un nombre important de clients, le caractère lucratif de la communication. Plus décisif semble-t-il pour le caractère public est le fait que la transmission ainsi effectuée « se fait à un public distinct du public visé par l'acte de communication originaire de l'œuvre, c'est-à-dire à un public nouveau » [23]. Ne sont par contre pas déterminants le caractère privé des chambres d'hôtel, pas plus que le fait que ce sont les clients qui allument le poste de télévision et décident donc du moment de l'accès aux programmes communiqués.

L'analyse de la Cour sur la notion de communication est plus courte : « si la simple fourniture d'installations destinées à permettre ou à réaliser une communication ne constitue pas, en tant que telle, une communication (...), la distribution du signal au moyen de ces appareils de télévision par un établissement hôtelier aux clients installés dans les chambres de cet établissement, quelle que soit la technique de transmission du signal utilisée constitue un acte de communication au public au sens de l'article 3, § 1^{er}, de la directive 2001/29 » [24].

Sur le plan législatif, il faut signaler l'entrée en vigueur, en date du 25 janvier 2007 de la directive 2006/115 sur le droit de prêt et de location et de la directive 2006/116 sur la durée de protection du droit d'auteur et des droits voisins [25], qui ne sont en réalité que des versions coordonnées de directives existantes et régulièrement modifiées, soit respectivement de la directive 92/100 sur le droit de prêt et de location et de la directive 93/98 sur la durée.

Droit des brevets

Pour réduire la segmentation des procédures judiciaires relatives au brevet, une communication de la Commission européenne intitulée « Améliorer le système du brevet en Europe » propose de créer une juridiction communautaire spécifique pour gérer le contentieux relatif aux brevets [26]. La communication envisage également l'intégration des recommandations procédurales du projet de l'Office européen des brevets sur le projet de protocole relatif aux litiges en matière de brevets européens (E.P.L.A.) [27]. De la sorte, la Commission tente principalement de ne pas abandonner à l'O.E.B. le terrain laissé en friche par la difficulté de la mise en place du brevet communautaire.

Le 13 décembre 2007, la version révisée de la Convention sur le brevet européen, originellement signée à Munich en 1973, est entrée en vigueur. Les modifications de cette Convention ont été adoptées par les Etats contractants lors d'une conférence diplomatique qui s'est tenue en novembre 2000. Les principaux changements visent à simplifier la procédure de dépôt d'un brevet européen : les demandes de brevet peuvent désormais être déposées dans n'importe quelle langue bien qu'une traduction dans une des trois langues officielles de l'O.E.B. doive ensuite être produite; une nouvelle « procédure de limitation » permet également au demandeur d'un brevet de réduire la portée de son brevet par un seul acte devant l'O.E.B. qui aura effet dans tous les Etats contractants.

Dans une demande de brevet portant sur une méthode commerciale, mise en œuvre par un système informatique, une chambre de recours de l'Office européen des brevets a refusé de saisir la grande chambre de recours en considérant que, bien que la question de la brevetabilité des *business methods* soit fort controversée, elle disposait de tous les éléments dans la jurisprudence antérieure pour y répondre [28]. La décision en profite pour dresser de manière fort exhaustive les différents points de droit pertinents pour juger de la brevetabilité de telles méthodes et, plus largement, des inventions dans le domaine informatique, relevé utile mais qui convainc paradoxalement de l'intérêt d'une décision de principe de l'instance suprême de l'O.E.B.

Droits des marques

A. — Signes susceptibles de constituer une marque

Un des premiers arrêts de la Cour de justice en 2007 concernait la notion même de signe pouvant être enregistré comme marque [29]. Une demande de marque avait été déposée sur la forme d'un aspirateur, soit sur « un réceptacle ou compartiment de collecte transparent faisant partie de la surface externe d'un aspirateur ».

La Cour a considéré qu'une marque ne pouvait porter sur une forme qui ne peut être déterminée, soit sur un objet dont la forme, les dimensions, la présentation et la composition dépendraient des modèles d'aspirateurs développés et des innovations technologiques. De la sorte, « le titulaire d'une marque portant sur un tel objet indéterminé obtiendrait (...) un avantage concurrentiel indu, dès lors qu'il serait en droit de faire obstacle à la possibilité pour ses concurrents d'offrir des aspirateurs présentant sur leur surface externe toute espèce de boîtier transparent, quelle qu'en soit la forme » [30]. Ce type de demande de marque porte en réalité sur une simple propriété du produit et ne constitue pas un signe au sens de l'article 2 de la directive 89/104/CEE sur les marques.

On retrouve ici un principe général de la propriété intellectuelle selon lequel un simple concept ou une idée ne peut faire l'objet d'une réservation exclusive, en raison de son caractère abstrait : seul un objet concrétisé et proprement délimité, que ce soit une œuvre pour le droit d'auteur, une invention technique pour le brevet, ou un signe déterminé pour la marque, est susceptible de déroger au principe de liberté de commerce et de concurrence.

B. — Caractère distinctif de la marque

Le signe faisant l'objet de la marque doit être distinctif, ce qui n'exclut pas les signes banals ou extrêmement simples. La forme géométrique d'un pentagone, en raison de son excessive simplicité, « n'est pas susceptible, en tant que tel, de transmettre un message dont les consommateurs peuvent se souvenir, de sorte que ces derniers ne le considéreront pas comme une marque, à moins qu'il ait acquis un caractère distinctif par l'usage » [31]. Mais l'absence de caractère distinctif ne résulte pas de l'extrême simplicité même du signe, ce qu'a semblé suggérer le Tribunal de première instance relativement à la forme d'une étiquette déposée comme marque pour du vin [32].

Durant la période examinée, les marques suivantes ont notamment été considérées comme descriptives : Basics pour des peintures [33]; Pure Digital pour des produits numériques et informatiques [34]; Caipi pour une boisson proche de la Caipirinha [35]; Windvd Creator pour des produits informatiques [36]; Hairtransfer pour des appareils de fixation de cheveux artificiels [37]; Vom Ursprung Her Vollkommen (parfait dès l'origine) pour des eaux minérales [38]; Golf USA pour des articles de sport et notamment de golf [39]; Europig pour de la viande de porc [40]; Twist & Pour pour des pots de peinture [41]; Lockthread pour des mécanismes de boulons [42].

C. — Marques portant sur des formes tridimensionnelles

Ne peuvent être déposés à titre de marques les signes constitués exclusivement par la forme qui donne une valeur substantielle au produit, en vertu de l'article 3, § 1^{er}, e, de la directive 89/104/CEE sur les marques.

Dans une affaire portant sur une marque relative à la forme de pantalons [43], une question préjudicielle avait été posée à la Cour de justice quant à la possibilité de demander une marque sur une telle forme, en raison d'un caractère distinctif acquis par l'usage, et ce nonobstant ce motif d'exclusion. La Cour a considéré que l'exclusion des formes tridimensionnelles donnant une valeur substantielle au produit « vise certains signes qui ne sont pas de nature à constituer des marques et que [le motif d'exclusion] constitue un obstacle préliminaire susceptible d'empêcher qu'un signe constitué exclusivement par la forme d'un produit puisse être enregistré » [44]. Dès lors, l'acquisition d'un caractère distinctif par l'usage fait de la marque ne peut écarter le motif d'exclusion d'une telle forme tridimensionnelle.

De manière plus générale, les juridictions communautaires ont rappelé qu'en ce qui concerne l'appréciation du caractère distinctif d'une marque tridimensionnelle, la perception du consommateur moyen n'est pas nécessairement la même que pour d'autres types de marques qui consistent en un signe indépendant de l'aspect des produits qu'elle désigne, les consommateurs n'ayant pas l'habitude de présumer l'origine des produits en se fondant sur leur forme ou celle de leur emballage, ce qui rend plus difficile l'établissement d'un caractère distinctif [45].

Sur la base notamment de cette perception différente du consommateur, ont été jugées dépourvues de caractère distinctif les marques tridimensionnelles suivantes : la forme d'un micro [46]; la forme d'un paquet de cigarette [47]; la forme d'une tablette de poudre à lessiver contenant une pastille de couleur [48]; le motif gaufré d'un papier absorbant [49]; la forme d'une bouteille [50]. La forme d'une enceinte acoustique, consistant en une colonne verticale en forme de crayon a en revanche été considérée comme suffisamment distinctive car elle s'éloigne des formes habituelles de ce type de produits [51].

D. — Disponibilité de la marque

1. — Produits identiques ou similaires

Les juridictions communautaires ont notamment considéré, durant la période examinée que les produits suivants étaient similaires : des savons et des produits cosmétiques [52], des matériaux de construction et des tuyaux métalliques [53], des vêtements et des chaussures en cuir [54], du champagne et du « cava » espagnol [55]. A l'inverse, des verres à vin et du vin [56], des véhicules à moteur et des bicyclettes [57], des produits en cuir et du parfum [58] n'ont pas été jugés similaires.

2. — Ressemblance entre les signes et risque de confusion

Il y a ressemblance entre les signes s'il existe un risque que le public auquel est destiné le produit ou service confonde les deux marques quant à la provenance du produit ou service. Pour apprécier le risque de confusion, il faut procéder à une appréciation globale qui tienne compte de tous les facteurs pertinents au cas

d'espèce et notamment la ressemblance visuelle, phonétique et conceptuelle entre la marque dont l'enregistrement est demandé et la marque antérieure.

Dans une décision du 12 juin 2007, la Cour de justice a sanctionné le tribunal de première instance qui avait rejeté le risque de confusion entre une marque figurative comprenant une représentation d'un plat de citrons et la dénomination Limoncello della Costiera Amalfitana et une marque antérieure verbale Limonchello [59], en ne se basant que sur la représentation des citrons sur la marque figurative, considérée comme l'élément dominant de la marque. La Cour annule cette décision au motif qu'il faut « opérer la comparaison en examinant les marques en cause, considérées chacune dans son ensemble, ce qui n'exclut pas que l'impression d'ensemble produite dans la mémoire du public pertinent par une marque complexe puisse dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs de ses composants » [60]. L'appréciation de la similitude entre les marques ne peut toutefois se baser sur ce seul élément dominant « que si tous les autres éléments de la marque sont négligeables » [61].

Lorsqu'une opposition est fondée sur l'existence de plusieurs marques qui présentent des caractéristiques communes les regroupant dans une même « famille » ou « série » de marques, le risque de confusion résultera du fait que le consommateur puisse se méprendre sur la provenance ou l'origine des produits ou des services couverts par la marque demandée à l'enregistrement et estime, à tort, que celle-ci fait partie de cette famille ou série de marques [62]. Dans ce cas toutefois, l'usage des marques antérieures faisant partie de cette famille doit être démontré.

Ont par exemple été considérés comme des signes ressemblants :

- La mer et Laboratoire de la mer [63];
- Nimei La Perla Modern Classic et la marque figurative comprenant la dénomination La Perla pour des vêtements [64];
- Pam et Pam Pluvial pour des matériaux de construction [65];
- la marque verbale Terranus et la marque figurative comprenant la dénomination Terra [66];
- Focus et Microfocus pour des produits et services informatiques [67];
- Respicur et Respicort pour des produits thérapeutiques pour les voies respiratoires [68].

En revanche, n'ont pas été jugés ressemblants :

- Torres et Torre Muga pour des boissons alcoolisées [69];
- Curon et Euron pour des appareils médicaux [70];
- Fernel et Fenjal pour des cosmétiques [71];
- la marque verbale Cor et la marque figurative comprenant la dénomination Dor en lettres gothiques [72].

3. — *Marque renommée antérieure*

La protection étendue de la marque renommée qui permet à son titulaire de s'opposer à une demande portant sur un signe identique ou ressemblant même pour des produits différents est justifiée par la valeur économique propre à ce type de marque, au-delà de la fonction distinctive qu'elle assume. C'est ce que rappelle le Tribunal de première instance : « une marque agit également comme moyen de transmission d'autres messages concernant, notamment, les qualités ou caractéristiques particulières des produits ou des services qu'elle désigne, ou les images et sensations qu'elle projette, tels que, par exemple, le luxe, le style de vie, l'exclusivité, l'aventure, la jeunesse. En ce sens, la marque possède une valeur économique intrinsèque autonome et distincte par rapport à celle des produits ou des services pour lesquels elle est enregistrée. Les messages en question que véhicule notamment une marque renommée ou qui lui sont associés confèrent à celle-ci une valeur importante et digne de protection, et ce d'autant plus que, dans la plupart des cas, la renommée d'une marque est le résultat d'efforts et d'investissements considérables de son titulaire » [73].

Cette décision explicite également les conditions dans lesquelles l'usage d'un signe pour des produits différents porte atteinte à une marque renommée, soit le fait de tirer indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure ou de leur porter préjudice.

S'agissant du préjudice éventuellement porté au caractère distinctif de la marque renommée, il peut se produire « lorsque la marque antérieure n'est plus en mesure de susciter une association immédiate avec les produits pour lesquels elle est enregistrée et employée » [74], ce qui inclut « la « dilution » ou le « grignotage progressif » de la marque antérieure à travers la dispersion de son identité ou de son emprise sur l'esprit du public » [75].

Le préjudice porté à la renommée de la marque antérieure est constitué « lorsque les produits ou services visés par la marque demandée peuvent être ressentis par le public d'une manière telle que la force d'attraction de la marque antérieure s'en trouverait diminuée » [76], ce qui peut être le cas si les produits ou services comportent une caractéristique influençant négativement l'image de la marque renommée.

Enfin, l'usage de la marque tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée lorsqu'il y a « exploitation et parasitisme manifestes d'une marque célèbre ou une tentative de tirer profit de sa réputation » de telle manière que « l'image de la marque renommée ou les caractéristiques projetées par

cette dernière soient transférées aux produits désignés par la marque demandée, de sorte que leur commercialisation serait facilitée par cette association avec la marque antérieure renommée [77] ».

Ce risque de profit indu de la renommée ou du caractère distinctif de la marque antérieure doit être distingué, selon le tribunal, du risque de confusion visé par l'article 8, § 1^{er}, b, du règlement sur la marque communautaire dans la mesure où « le consommateur, sans nécessairement confondre l'origine commerciale du produit ou du service en cause, est attiré par la marque demandée elle-même et achètera le produit ou le service visé par elle au motif qu'il porte cette marque, identique à une marque antérieure renommée ou similaire » [78]. En conséquence, un tel risque de profit indu peut exister même en l'absence d'un risque de confusion quant à la provenance des produits et services concernés, pour autant qu'on puisse démontrer une association de la marque demandée avec des qualités positives de la marque antérieure identique, qui permet une exploitation ou un parasitisme manifestes [79].

Par exemple, l'usage de la marque renommée TDK sur des vêtements de sport risque de tirer un profit indu de la réputation de cette marque, en raison des activités de parrainage, notamment sportif, que peut réaliser le titulaire de la marque [80]. Un risque futur non hypothétique similaire de profit indu a été établi relativement à l'usage de la marque Nasdaq pour des articles de sport, en raison de l'image de modernité véhiculée par la marque Nasdaq qui serait alors transférée, sans juste motif, aux articles de sport commercialisés sous cette dénomination [81].

4. — *Marque similaire à une marque notoirement connue antérieure*

La notion de marque « notoirement connue » dans un Etat membre qui figure dans l'article 4 de la directive et sur laquelle peut se baser une opposition à une demande d'enregistrement de marque doit être interprété en ce sens que la marque antérieure doit être notoirement connue sur tout le territoire de l'Etat membre de l'enregistrement ou sur une partie substantielle de celui-ci [82]. En tout cas, une notoriété limitée à une ville et à ses environs qui ne constitueraient pas, ensemble, une partie substantielle de l'Etat membre ne peut suffire.

La décision est importante pour les marques Benelux car elle signifie qu'une marque notoirement connue dans le territoire d'un Etat du Benelux devrait satisfaire à la condition de partie substantielle du territoire concerné par l'enregistrement de la marque. Il faut noter que cette étendue géographique de la notoriété de la marque antérieure diffère du critère de la zone linguistique auparavant dégagé par la Cour pour apprécier l'acquisition d'un caractère distinctif par l'usage dans les cas où le motif de refus n'existait que dans l'une des zones linguistiques de l'Etat membre ou du Benelux [83].

5. — *Marque enregistrée similaire à une appellation d'origine*

Le conflit entre marque et appellation d'origine ou indication géographique a donné lieu à plusieurs décisions intéressantes lors de l'année écoulée.

L'article 14 du règlement 2081/92/CEE du 14 juillet 1992 sur la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et produits alimentaires prévoit que l'enregistrement d'une marque communautaire portant sur une dénomination enregistrée comme indication géographique ou appellation d'origine est refusée, à moins que la marque contestée ne reprenne une partie, considérée comme générique, de la dénomination enregistrée [84]. Le Consorzio per la tutela del formaggio Grana Padano s'opposait sur cette base à l'enregistrement de la marque communautaire verbale « Grana Biraghi ». Le Tribunal de première instance a tranché ce conflit au terme d'une longue discussion [85] (dont la lecture n'est utile que si l'on s'intéresse à l'histoire des fromages du terroir). L'arrêt considère que le terme Grana, qu'il désigne l'aspect granuleux du fromage ou la vallée d'origine de production, n'est pas devenu générique mais constitue une appellation d'origine pour les fromages originaires de la vallée du Pô.

Afin d'apprécier le caractère générique de la dénomination contestée, le tribunal relève notamment les critères suivants : la législation nationale protégeant l'appellation, la perception du consommateur moyen, les circonstances de fabrication et de commercialisation du produit en cause, ou l'avis d'experts. Le fait qu'une appellation d'origine soit devenue un terme générique dans certains Etats membres n'en affecte pas la validité, tant que ce caractère générique n'a pas été acquis pour l'ensemble du territoire communautaire [86].

Une autre série de décisions ont été prononcées dans l'incessant conflit qui oppose la société américaine Anheuser-Busch, productrice de la bière Budweiser, à la brasserie tchèque Budvar, détentrice d'appellations d'origine enregistrées pour de la bière sur la dénomination Budweiser, auprès de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle. Dans trois arrêts du 12 juin 2007 [87], le Tribunal de première instance a précisé que l'opposition à l'enregistrement d'une marque communautaire basée sur l'existence d'une appellation d'origine antérieure protégée par l'Arrangement de Lisbonne, ne s'applique que lorsque les produits couverts par les deux signes distinctifs sont identiques ou à tout le moins similaires, à moins qu'une disposition nationale prévoit une protection des appellations d'origine même en cas de produits différents. Dans cette dernière hypothèse, les conditions de cette protection peuvent être plus restrictives que celles prévues dans l'Arrangement de Lisbonne (telles la notoriété de l'appellation et le fait que l'enregistrement détourne ou affaiblit cette notoriété) et devront être appréciées selon le droit national qui la prévoit.

E. — Protection conférée par la marque

Deux arrêts de la Cour de justice des Communautés européennes, dans la période couverte par la présente chronique, reviennent sur la détermination des usages de la marque qui peuvent être interdits par son titulaire.

Le premier concernait l'apposition du logo du constructeur automobile Opel sur des modèles réduits des voitures de cette marque, commercialisés comme jouets [88]. Le logo ayant été déposé comme marque figurative non seulement pour des véhicules automobiles mais également pour des jouets, sa reprise sur des modèles réduits paraissait *a priori* constituer un usage d'un signe identique pour des produits identiques aux produits concernés par l'enregistrement de la marque, au sens de l'article 5, § 1^{er}, de la directive. Toutefois, la juridiction communautaire insiste sur le fait que le droit exclusif octroyé par cet article ne peut être exercé que dans les cas où « l'usage du signe par un tiers porte atteinte ou est susceptible de porter atteinte aux fonctions de la marque et notamment à sa fonction essentielle qui est de garantir aux consommateurs la provenance du produit » [89]. Si le public pertinent ne perçoit pas l'apposition du logo sur des modèles réduits de voitures comme une indication que ces jouets proviennent du titulaire de la marque Opel, mais comme la garantie d'une fidélité des modèles réduits aux originaux reproduits, la juridiction saisie du litige peut constater qu'un tel usage du signe protégé par la marque ne porte pas atteinte à la fonction de celle-ci et ne peut en conséquence être interdit par son titulaire [90]. En revanche, si la loi nationale protège plus particulièrement les marques renommées en ayant transposé la possibilité offerte par le deuxième paragraphe de l'article 5 de la directive (protection des marques renommées pour des produits et services différents), les circonstances factuelles peuvent démontrer que l'usage du logo sur des modèles réduits tire indûment profit du caractère distinctif de la marque ou de sa renommée ou porte préjudice à celle-ci.

La seconde décision revient sur la question de l'utilisation d'une dénomination sociale, d'un nom commercial ou d'une enseigne identique à une marque enregistrée [91]. Dans une affaire opposant le titulaire de la marque nationale « Céline » enregistrée pour des vêtements et une société également active dans le secteur de l'habillement et utilisant le même terme « Céline » comme dénomination sociale et enseigne [92], la Cour européenne reconnaît que la dénomination sociale, le nom commercial ou l'enseigne n'ont pas, en soi, pour finalité de distinguer des produits ou des services, mais d'identifier une société ou un fonds de commerce. Toutefois, en vertu de sa jurisprudence antérieure, il y a usage « pour des produits » au sens de l'article 5, § 1^{er}, de la directive, lorsqu'un tiers appose le signe constituant la dénomination sociale, son nom commercial ou son enseigne pour les produits qu'il commercialise [93] ou « lorsque le tiers utilise ledit signe de telle façon qu'il s'établit un lien entre le signe constituant la dénomination sociale, le nom commercial ou l'enseigne du tiers et les produits commercialisés ou les services fournis par le tiers » [94]. Dans ce dernier cas, l'usage du signe ne pourra être interdit par le titulaire de la marque que « s'il porte atteinte aux fonctions de la marque, et notamment à sa fonction essentielle qui est de garantir aux consommateurs la provenance des produits et des services » [95].

La dénomination sociale ou le nom commercial peuvent toutefois être utilisés dans la vie des affaires, en vertu de la limite de la protection des marques que constitue l'utilisation de son nom et de son adresse [96] à condition que celle-ci soit conforme aux usages honnêtes en matière industrielle et commerciale, conformité qui doit être appréciée en tenant compte de toutes les circonstances pertinentes de l'affaires, en ce compris « la mesure dans laquelle, d'une part l'usage de son nom par le tiers est compris par le public visé ou au moins une partie significative de ce public comme indiquant un lien entre les produits ou les services du tiers et le titulaire de la marque (...) et, d'autre part, le tiers aurait dû en être conscient » [97]. La renommée de la marque concernée peut également jouer un rôle.

F. — Déchéance d'une marque pour non-usage

Le titulaire d'une marque est déchu de son droit si la marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux dans un délai de cinq « à partir de la date à laquelle la procédure d'enregistrement est terminée », en vertu de l'article 10, § 1^{er}, de la directive 89/104 sur les marques. Saisie d'une question préjudicielle, la Cour de justice des Communautés européennes a considéré que cette date devait être déterminée dans chaque Etat membre en fonction des règles de procédure en matière d'enregistrement en vigueur dans cet Etat [98]. S'agissant de l'interprétation de la notion de « justes motifs pour le non-usage » qui peut faire échec à cette déchéance, il s'agit « des obstacles qui présentent une relation directe avec cette marque rendant impossible ou déraisonnable l'usage de celle-ci et qui sont indépendants de la volonté du titulaire de ladite marque » [99]. Ainsi, des obstacles bureaucratiques peuvent être considérés comme un juste motif s'ils présentent une relation directe avec la marque, « au point que l'usage de celle-ci dépende de la bonne fin des démarches administratives concernées ». Peut également suffire le fait que l'obstacle rende l'usage de la marque, non pas impossible, mais simplement déraisonnable. Ce serait le cas, par exemple, si le seul usage de la marque qui resterait offert au titulaire consistait à commercialiser ses produits dans les points de vente de ses concurrents.

G. — Questions procédurales

Plusieurs décisions de l'année écoulée offrent une interprétation de la notion de continuité fonctionnelle et

traitent particulièrement du sort réservé à la production tardive de faits et d'éléments de preuve. Si la présentation de tels éléments reste possible après l'expiration des délais prévus, l'O.H.M.I. n'a toutefois aucune obligation d'en tenir compte, mais doit motiver sa décision sur ce point [100]. Les parties responsables d'une telle production tardive n'ont donc aucun droit inconditionnel à ce que de tels faits ou preuves soient pris en considération. La Cour indique à plusieurs reprises que, dans certaines hypothèses, il peut être utile pour une bonne administration de la marque communautaire de tenir compte de ces nouveaux éléments, notamment lorsqu'ils revêtent une réelle pertinence pour l'opposition formée devant l'O.H.M.I., notamment parce qu'ils empêchent de délivrer un droit de marque qui pourrait ensuite faire l'objet d'une annulation [101].

S'agissant du refus d'enregistrement d'une marque, l'autorité compétente doit indiquer dans sa décision, lorsqu'elle refuse cet enregistrement, la conclusion à laquelle elle aboutit pour chacun de produits et services visés dans la demande d'enregistrement, indépendamment de la manière dont cette demande a été formulée, à moins que le même motif de refus puisse être opposé pour une catégorie ou un groupe de produits ou services [102].

Droit des dessins et modèles

Le 24 septembre 2007, l'Union européenne a soumis son instrument d'accession à l'Acte de Genève de l'Arrangement de La Haye qui instaure un dépôt international des dessins et modèles industriels. Dès l'entrée en vigueur, le 1^{er} janvier 2008, du nouveau système, le propriétaire d'un dessin et modèle pourra obtenir une protection dans plusieurs pays en introduisant une seule demande, qui viserait notamment l'obtention d'un dessin et modèle communautaire ou d'autres pays signataires de l'Arrangement de La Haye [103].

Noms de domaine

Le 22 avril 2002, le Conseil et le Parlement européen ont adopté le règlement 733/2002 concernant la mise en œuvre du domaine de premier niveau .eu. Après deux périodes successives d'enregistrements de noms de domaine réservés, d'une part, aux institutions publiques et aux titulaires de marques et, d'autre part, aux titulaires d'autres droits et notamment de noms commerciaux ou de droits de propriété littéraire et artistique, l'enregistrement de noms de domaine .eu fut ouvert à tous le 7 avril 2006. Certaines dénominations, tels les noms des Etats, peuvent être exclues de tout enregistrement comme nom de domaine [104]. Il ressort du caractère réglementaire de la réservation de ces dénominations par la Commission européenne que le titulaire d'un droit intellectuel sur un nom ainsi réservé (en l'espèce la marque verbale Galileo) ne peut agir contre la Commission pour libérer l'enregistrement de cette dénomination comme nom de domaine [105].

Séverine DUSOLLIER [106]



-
- [1] Comm. eur. dr. h., *Smith Kline et French Laboratories Ltd. c. Pays-Bas* (req. n° 12633/87), 4 octobre 1990; C.E.D.H., *Melnitchouk c. Ukraine* (req. n° 28743/03), 5 juillet 2005.
 - [2] C.E.D.H., gde ch., *Anhauser-Busch Inc. C. Portugal* (req. n° 73049/01), 11 janvier 2007.
 - [3] *Ibidem*, § 78.
 - [4] C.J.C.E., 12 septembre 2006, *Laserdisken ApS*, C-479/04, **J.T.D.E., 2007, p. 48.**
 - [5] C.J.C.E., 16 juillet 1998, *Silhouette*, C-355/96, *Rec.*, I, p. 4799; C.J.C.E., 1^{er} juillet 1999, *Sebago*, C-173/98, *Rec.*, I, p. 4103.
 - [6] C.J.C.E., 23 mai 1978, *Hoffmann-La Roche*, C-102/77, *Rec.*, I, p. 1139.
 - [7] C.J.C.E., 11 juillet 1996, *Bristol-Myers Squibb*, C-427/93, C-429/93 et C-436/93, *Rec.*, I, p. 3457.
 - [8] Voy. également C.J.C.E., 12 octobre 1999, *Pharmacia & Upjohn s.a. c. Paranova*, C-379/97, *Rec.*, I, p. 6927; C.J.C.E., 23 avril 2002, *Mercks, Sharp & Dohme GmbH c. Paranova Pharmazeutica Handels GmbH*, C-443/99, *Rec.*, I, p. 3703; C.J.C.E., 23 avril 2002, *Boehringer Ingelheim II*,

C-143/00, *Rec.*, I, p. 3759.

- [9] C.J.C.E., 26 avril 2007, *Boehringer Ingelheim II*, C-348/04.
- [10] *Ibidem*, point 31.
- [11] *Ibidem*, point 39.
- [12] *Ibidem*, point 44.
- [13] *Ibidem*, point 47.
- [14] *Ibidem*, point 54.
- [15] T.P.I., 17 septembre 2007, *Microsoft*, T-201/04.
- [16] Décision de la Commission du 24 mars 2004, aff. COMP/C-3/37.792, *Microsoft*.
- [17] C.J.C.E., 6 avril 1995, *RTP et ITP c. Commission*, C-241/91 et C-242/91, *Rec.*, I, p. 743.
- [18] C.J.C.E., 29 avril 2004, *IMS Health*, C-418/01, *Rec.*, I, p. 5039.
- [19] T.P.I., *Microsoft*, *op. cit.*, point 332.
- [20] C.J.C.E., 11 janvier 2007, *Commission c. Irlande*, C-175/05, *Rec.*, I, p. 3.
- [21] *Ibidem*, point 26.
- [22] C.J.C.E., 7 décembre 2006, *SGAE c. Rafaël Hoteles*, C-306/05, *Rec.*, I, p. 11519.
- [23] *Ibidem*, point 40.
- [24] *Ibidem*, points 45-47.
- [25] Directive 2006/116/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 relative à la durée de protection du droit d'auteur et de certains droits voisins (version codifiée), *J.O.C.E.* L 372, 27 décembre 2006, p. 12; directive 2006/115/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 relative au droit de location et de prêt et à certains droits voisins du droit d'auteur dans le domaine de la propriété intellectuelle (version codifiée), *J.O.C.E.* L 376, 27 décembre 2006, p. 28.
- [26] Communication de la Commission au Parlement européen et au Conseil, « Améliorer le système de brevet en Europe », 3 avril 2007, COM(2007), 165 final.
- [27] Disponible sur http://www.epo.org/patents/law/legislative-initiatives/epla_fr.html. Voy. également A. Casalonga, « Le contentieux futur du brevet européen - Enfin une solution? », *Propriétés intellectuelles*, 2006, n° 20, p. 253.
- [28] Chambre de recours de l'O.E.B. (C.R.T.), 15 novembre 2006, *Duns Licensing Associates*, T-0154/04, disponible sur <http://legal.european-patent-office.org/dg3/biblio/t040154ex1.htm>.
- [29] C.J.C.E., 25 janvier 2007, *Dyson*, C-321/03, ***J.T.D.E.*, 2007, p. 122.**
- [30] *Ibidem*, point 38.
- [31] T.P.I., 12 septembre 2007, *Cain Cellars*, T-304/05, point 22.
- [32] *Ibidem*, point 33. Pour une application plus correcte en présence d'un signe très simple, T.P.I., 13 juin 2007, *IVG Immobilien AG c. O.H.M.I.*, T-441/05.
- [33] T.P.I., 12 septembre 2007, *ColArt/Americas*, T-164/06.

- [34] T.P.I., 20 septembre 2007, *Imagination technologies*, T-461/04.
- [35] T.P.I., 23 octobre 2007, *Borco-Marken-Import Matthiesen*, T-405/04.
- [36] T.P.I., 17 octobre 2007, *Intervideo c. OHMI*, T-105/06.
- [37] T.P.I., 15 février 2007, *Indorata-Serviçose Gestao*, T-204/04.
- [38] T.P.I., 6 novembre 2007, *RheinfelsQuellen H. Hövelmann*, T-28/06.
- [39] T.P.I., 6 mars 2007, *Golf USA*, T-230/05.
- [40] T.P.I., 14 juin 2007, *Europig*, T-207/06.
- [41] T.P.I., 12 juin 2007, *The Sherwin-Williams Company c. O.H.M.I.*, T-190/05.
- [42] T.P.I., 12 juin 2007, *Mac-Lean Fogg c. O.H.M.I.*, T-339/05.
- [43] Hoge Raad, 8 septembre 2006 et 13 octobre 2006, *I.R.D.I.*, 2007, p. 38, note D. Visser « Kan de wezenlijk waarde van de waar veranderen? ».
- [44] C.J.C.E., 20 septembre 2007, *Benetton Group c. G-Star International*, C-371/06, point 26.
- [45] C.J.C.E., 7 octobre 2004, *Mag Instrument c. O.H.M.I.*, C-136/02, *Rec.*, I, p. 96165, point 30.
- [46] T.P.I., 12 septembre 2007, *Georg Neumann GmbH*, T-358/04.
- [47] T.P.I., 12 septembre 2007, *Philip Morris*, T-140/06.
- [48] C.J.C.E., 4 octobre 2007, *Henkel c. O.H.M.I.*, C-144/06; T.P.I., 23 mai 2007, *Procter & Gamble*, aff. jointes T-241/05, T-262/05 à T-264-05, T-346/05, T-347/05, T-29/06 à T-31/06.
- [49] T.P.I., 17 janvier 2007, *Georgia-Pacific*, T-283/04.
- [50] C.J.C.E., 25 octobre 2007, *Develey c. O.H.M.I.*, C-238/06.
- [51] T.P.I., 10 octobre 2007, *Bang & Olufsen c. O.H.M.I.*, T-460/05.
- [52] T.P.I., 27 septembre 2007, *La Mer Technology*, T-418/03.
- [53] T.P.I., 22 mars 2007, *Saint-Gobain*, T-364/05.
- [54] T.P.I., 11 juillet 2007, *El Corte Ingles c. O.H.M.I. / Juan Bolanos Sabri*, T-443/05.
- [55] C.J.C.E., 24 avril 2007, *Castellblanch c. O.H.M.I. / Campagne Louis Roederer*, C-131/06.
- [56] T.P.I., 12 juin 2007, *Assembled Investments (proprietary) c. O.H.M.I. / Waterford Wedgwood*, T-105/05.
- [57] T.P.I., 16 mai 2007, *Trek Bicycle c. O.H.M.I. / Audi AG*, T-158/05.
- [58] T.P.I., 11 juillet 2007, *Mülhens c. O.H.M.I.*, T-28/04; *Mülhens c. Conceria Toska*, T-263/03; *Mülhens c. O.H.M.I./Minoronzoni*, T-150/04.
- [59] C.J.C.E., 12 juin 2007, *O.H.M.I. c. Shaker*, C-334/05.
- [60] *Ibidem*, point 41.
- [61] *Ibidem*, point 42. Voy. également C.J.C.E., 20 septembre 2007, *Quicky*, C-193/06, point 43; T.P.I., 18 octobre 2007, *Ekabe International SCA c. O.H.M.I.*, T-28/05.

- [62] C.J.C.E., 13 septembre 2007, *J.T.D.E.* 2007, *Bainbridge*, C-234/06, points 62-64.
- [63] T.P.I., 27 septembre 2007, *La Mer Technology*, T-418/03.
- [64] T.P.I., 16 mai 2007, *Gruppo La Perla*, T-137/05.
- [65] T.P.I., 22 mars 2007, *Saint-Gobain*, T-364/05.
- [66] T.P.I., 22 mars 2007, *Carsten Brickmann c. O.H.M.I. / Terra Networks*, T-322/05.
- [67] T.P.I., 16 mai 2007, *Merant GmbH*, T-491/04.
- [68] T.P.I., 13 février 2007, *Mundipharma c. O.H.M.I. / Altana Pharma*, T-256/04.
- [69] C.J.C.E., 24 septembre 2007, *Miguel Torres c. Bodegas Muga*, C-405/06.
- [70] T.P.I., 13 février 2007, *Ontex c. O.H.M.I. / Curon medical*, T-353/04.
- [71] T.P.I., 13 juin 2007, *Grether c. O.H.M.I./Crisgo*, T-167/05.
- [72] T.P.I., 23 mai 2007, *Henkel c. O.H.M.I./Serra y Roca*, T-342/05.
- [73] T.P.I., 22 mars 2007, *Sigla c. O.H.M.I. / Eleni Holding (VIPS)*, T-215/03.
- [74] *Ibidem*, point 37.
- [75] *Ibidem*, point 37.
- [76] *Ibidem*, point 39.
- [77] *Ibidem*, point 40.
- [78] *Ibidem*, point 42.
- [79] *Ibidem*, point 72.
- [80] T.P.I., 6 février 2007, *Aktieselskabet c. O.H.M.I./TDK Corp.*, T-477/04.
- [81] T.P.I., 10 mai 2007, *Antartica c. O.H.M.I./ The Nasdaq Stock Market*, T-47/06.
- [82] C.J.C.E., 22 novembre 2007, *Alfredo Nieto Nuño c. Leonci Monlleó Franquet*, C-328/06.
- [83] C.J.C.E., 7 septembre 2006, *Bovemij Verzekeringen*, C-108/05, *Rec.*, I, p. 7605.
- [84] Ce règlement a depuis été abrogé par le règlement (CE) n° 510/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires. Toutefois les mêmes principes de refus d'enregistrement d'une marque similaire à une dénomination protégées sont prévus à l'article 14 de ce nouveau règlement.
- [85] T.P.I., 12 septembre 2007, *Consorzio per la tutela del formaggio Grana Padano*, T-291/03.
- [86] *Ibidem*, point 83.
- [87] T.P.I., 12 juin 2007, *Budejovicky Budvar c. O.H.M.I./Anheuser-Busch*, aff. jointes T-53/04 à T-56/04, T-58/04 et T-59/04; T.P.I., 12 juin 2007, *Budejovicky Budvar c. O.H.M.I./Anheuser-Busch*, aff. jointes T-57/04 et T-71/04; T.P.I., 12 juin 2007, *Budejovicky Budvar c. O.H.M.I./Anheuser-Busch*, aff. jointes T-60/04 à T-64/04,
- [88] C.J.C.E., 25 janvier 2007, *Adam Opel*, C-48/05.

- [89] *Ibidem*, point 21. Voy. également C.J.C.E., 12 novembre 2002, *Arsenal Football Club*, C-206/01, Rec., I, p. 12703.
- [90] *Ibidem*, points 22 à 25.
- [91] Pour une première décision sur cette question, voy. C.J.C.E., 16 novembre 2004, *Anheuser-Busch c. Budvar*, C-245/02.
- [92] C.J.C.E., 11 septembre 2007, *Céline*, C-17/06.
- [93] Voy. C.J.C.E., *Arsenal Football Club*, *op. cit.*
- [94] C.J.C.E., arrêt *Céline* précité, point 23. Cet arrêt revêt une importance non négligeable pour le droit Benelux des marques pour lequel l'usage d'une marque dans une dénomination sociale ou un nom commercial est généralement considéré comme un usage du signe « à des fins autres que celles de distinguer des produits » (article 2.20, § 1^{er}, d, Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle), et non comme un usage pour des produits et services (article 2.20, § 1^{er}, a et b, Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle), solution préférée par la juridiction communautaire.
- [95] C.J.C.E., arrêt *Céline* précité, *ibidem*, point 26.
- [96] C.J.C.E., arrêt *Anheuser-Busch c. Budvar* précité, points 77 à 80.
- [97] C.J.C.E., arrêt *Céline* précité, point 34.
- [98] C.J.C.E., 14 juin 2007, *Armin Häupl c. Lidl*, C-246/05.
- [99] *Ibidem*, point 54.
- [100] T.P.I., 6 novembre 2007, *Evian c. O.H.M.I.*, T-407-05; T.P.I., 4 octobre 2007, *Advance Magazine Publishers c. OHMI*, T-481/04.
- [101] C.J.C.E., 13 mars 2007, *O.H.M.I. c. Kaul GmbH et Bayer AG*, C-29/05. Voy. également C.J.C.E., 27 mars 2007, *Teletech Holdings*, C-312/05; T.P.I., 11 juillet 2007, *Flex Equipos de Descanso c. O.H.M.I.*, T-192/04.
- [102] C.J.C.E., 15 février 2007, *The Kitchen Company*, C-239/05, § 38.
- [103] Pour plus d'information, voy. <http://oami.europa.eu/fr/design/hagueagreement.htm>.
- [104] Voy. le règlement (CE) n° 874/2004 de la Commission du 28 avril 2004 établissant les règles de politique d'intérêt général relatives à la mise en œuvre et aux fonctions du domaine de premier niveau .eu et les principes applicables en matière d'enregistrement, *J.O.C.E. L 162*, 30 avril 2004, p. 40, amendé par le règlement (CE) n° 1255/2007 du 25 octobre 2007, *J.O.C.E. L 282*, p. 16.
- [105] T.P.I., 28 août 2007, *Galileo Lebensmittel c. Commission des Communautés européennes*, T-46/06.
- [106] L'auteur est chargée de cours aux Facultés universitaires Notre-Dame de la paix de Namur, Belgique.